

В диссертационный совет Д 212.196.04
на базе ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г.В. Плеханова»,
г. Москва, Стремянный переулок, д.36

ОТЗЫВ

официального оппонента кандидата экономических наук, доцента, Артемьевой Ольги Александровны, доцента Департамента менеджмента Федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Финансовый университет), на диссертационную работу Кондратофф Марины Андреевны на тему: «Маркетинговый механизм формирования продуктового предложения для частного инвестора», представленную на соискание учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Актуальность избранной темы исследования. Потребитель является ключевой фигурой в маркетинге и практически вся теория маркетинга построена «вокруг» данного субъекта. Расширение и углубление рынков товаров и услуг стало причиной дифференциации потребностей потребителей, появления их новых групп. Несмотря на довольно широкий объём маркетинговой литературы, охватить специфику всех видов экономической деятельности крайне сложно. Именно поэтому проблемы маркетинга в отдельных сферах и отраслях остаются нерешёнными. Такой сферой деятельности является инвестиционная деятельность и модели потребительского поведения в ней. При этом, если с крупными инвесторами (в основном представленными компаниями) круг используемых маркетинговых инструментов относительно узок, то для воздействия на

частных инвесторов требуется формирование учитывающих специфику их поведения механизмов.

При характерных для последних лет недостатках экономического развития нельзя отрицать очевидные позитивные изменения в сравнении с ситуацией, наблюдавшейся полтора-два десятилетия назад. Неравномерно, но происходит рост доходов населения, увеличиваются возможности создания сбережений. Так, только в 2016 г., по данным Росстата, прирост сбережений населения во вкладах, ценных бумагах и наличных деньгах составил 4,6 трлн. руб.¹

Согласно данным Центрального Банка РФ, при всех проблемах национальной экономики в последние годы растут объёмы депозитов (вкладов) – по сути, сбережений физических лиц. Так, если на начало 2012 г. вклады физических лиц в рублях составляли 9,6 трлн. руб., и 2,1 трлн. руб. в иностранной валюте и драгоценных металлах, то на февраль 2018 г., они выросли более чем в два раза, составив, соответственно, 20,1 и 5,3 трлн. руб.². В таких условиях неизбежно возникает новый класс субъектов инвестиционной деятельности – частных инвесторов. Данная статистическая информация особенно ценна во взаимосвязи с приведенными соискателем результатами социологического опроса, показывающего увеличение активности частных инвесторов, структуру их предпочтений. В связи с ростом рассматриваемого сегмента потребительской активности, выбранная Кондратофф М.А. тема диссертационного исследования видится весьма актуальной.

Закономерен интерес экономической науки, и, в частности, теории и практики маркетинга, к моделям принятия решения (поведенческим

¹ Денежные доходы и расходы населения [Электронный ресурс] / Росстат. URL – http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat.ru/statistics/publications/catalog/3416e1004017ce539e45fec7692f4691 (проверено 02.02.2018 г.)

² Средства организаций, банковские депозиты (вклады) и другие привлеченные средства юридических и физических лиц в рублях, иностранной валюте и драгоценных металлах. <http://www.cbr.ru>

особенностям) частного инвестора. Данная проблема только начинает решаться, что также говорит об актуальности избранной темы.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертационном исследовании.

Диссертационное исследование М.А. Кондратофф представляет собой комплекс концептуальных теоретических взглядов, научно-методических и практических подходов по формированию маркетингового механизма удовлетворения потребностей частного инвестора в «качественном» инвестиционном предложении на рынке объектов гостиничной недвижимости.

В своем исследовании М.А. Кондратофф верно затронула недостаточно проработанные вопросы формирования маркетингового обеспечения инвестиционного предложения для частных инвесторов. Автор последовательно решает задачи, позволяющие сформировать новый оригинальный научный подход к формированию маркетингового механизма продуктового предложения для частного инвестора: уточняется терминологический аппарат нового «ответвления» маркетинга, раскрываются особенности модели поведения частного инвестора, основанные на их ценностных предпочтениях, формируется система критериев и показателей, влияющих на выбор частным инвестором объекта недвижимости, разрабатываются методические рекомендации по формированию маркетинга инвестиционного продукта для частного инвестора на примере гостиничной недвижимости.

Несомненный теоретический интерес представляют уточненные, а также вновь введенные автором термины, составляющие понятийный аппарат нового подхода в маркетинге: «инвестиционный продукт», «маркетинг инвестиционного продукта», «маркетинговая привлекательность инвестиционного продукта в сфере гостиничной недвижимости», «уровень маркетинговой привлекательности инвестиционного продукта в сфере

гостиничной недвижимости», «маркетинговые факторы привлекательности инвестиционных продуктов в сфере гостиничной недвижимости».

Научно-методический интерес также вызывает авторская систематизация факторов макро- и микро- привлекательности объектов недвижимости для частных инвесторов.

Прикладную значимость представляет совокупность сформулированных в исследовании предложений, составляющих маркетинговый механизм формирования продуктового предложения для частного инвестора. Диссертант подробно, логично и обоснованно раскрывает основные элементы маркетингового механизма: центр, субъекты, объект, инструменты, алгоритм работы механизма. Кроме этого, предложена методика выбора показателей управления маркетингом инвестиционных продуктов в сфере гостиничной недвижимости, основанная на ценностных запросах частного инвестора и включающая обоснованные автором индикативные показатели.

Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертационном исследовании.

Необходимо отметить наиболее значимые научные результаты, полученные лично автором: обоснована невозможность (или ограниченная возможность) применения существующих моделей маркетинга услуг к инвестиционному продукту (с. 20-25); предложена авторская классификация инвестиционных продуктов (с. 27-28); проведен комплексный анализ состояния рынка гостиничной недвижимости на примере объектов недвижимости Московской области как аналитической предпосылки и элемента методики формирования маркетинговой привлекательности для частного инвестора (с. 80-89); разработан интегральный показатель маркетинговой привлекательности инвестиционного продукта, адаптированный для объектов сферы гостиничной недвижимости, включающий группу частных индикативных показателей. Обоснованность предложенной группы частных индикативных показателей оценки

и частный инвестор? Поиск ответа на данный вопрос должен привести диссертанта к последующим исследованиям и научным публикациям.

Заключение.

Изложенное позволяет заключить, что диссертационная работа на тему «Маркетинговый механизм формирования продуктового предложения для частного инвестора» соответствует требованиям п. 9 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 № 842, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук, а, ее автор, Кондратофф Марина Андреевна, заслуживает присуждения ей ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Официальный оппонент:

Доцент Департамента менеджмента
федерального государственного образовательного
бюджетного учреждения высшего
образования «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации»,

к.э.н., доцент

Ольга Александровна Артемьева

Подпись Артемьевой О.А.



Адрес: 125993, Российская Федерация, г. Москва, Ленинградский проспект, дом 49

рабочий тел. +7 - (499) 277-24-45, e-mail: artemieva.o.a@mail.ru